

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dewasa ini, perkembangan perekonomian di Indonesia semakin meningkat yang dapat memunculkan berbagai persaingan bisnis di sektor ekonomi, persaingan di dunia bisnis yang semakin ketat menuntut para pelaku bisnis untuk memaksimalkan potensi perusahaannya, potensi ini berhubungan dengan kinerja perusahaan dan kinerja karyawan sehingga dengan memaksimalkan faktor – faktor tersebut, pelaku usaha bisnis dapat bersaing ketat dengan perusahaan – perusahaan lain yang ada pada lingkup perusahaan yang sama.

Adanya globalisasi ekonomi juga memunculkan dampak bagi masalah ekonomi di tingkat global yang makin kompleks. Seiring dengan adanya perdagangan bebas persaingan dalam kegiatan ekonomi pun memicu adanya persaingan ketat selain adanya perkembangan ekonomi. Hal ini berpengaruh pada munculnya permasalahan – permasalahan baru dalam perekonomian. Di berbagai belahan dunia sektor perekonomian menjadi tolak ukur kemakmuran bagi negara tersebut. Dalam sector perekonomian terdapat industri dagang dan jasa, salah satunya dalam bidang perbankan, dunia perbankan diharapkan mampu meningkatkan taraf kemakmuran suatu negara dibidang industri jasa.

Hanya saja dunia perbankan pun tidak luput dari persaingan ketat global. Persaingan global di bidang perbankan dialami oleh bank negeri maupun swasta sehingga perbankan di Indonesia di hadapkan dengan ketidakpastian pada pasar keuangan dunia di tahun ini. Industri perbankan memiliki peranan yang sangat penting di masyarakat Indonesia, berhubungan dengan menghimpun dan menyalurkan dana untuk pembangunan ekonomi di Indonesia.

Menurut UU No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan,

Bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dana atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak<sup>1</sup>

Kondisi perbankan di Indonesia di harapkan memiliki kualitas pelayanan yang terbaik, cepat dan akurat. Sehingga perbankan dapat menarik nasabah untuk loyal pada perusahaan tersebut. Loyalitas adalah keadaan dimana suatu nasabah untuk tetap berada pada satu perusahaan dan tidak terpengaruh untuk berpindah ke perusahaan lain. Hanya saja adanya faktor – faktor eksternal dapat mempengaruhi suatu nasabah untuk loyal terhadap satu perusahaan perbankan.

Faktor pertama adalah citra perusahaan, yaitu gambaran konsumen terhadap suatu perusahaan yang menunjukkan kesan terhadap segala sesuatu yang dilakukan oleh perusahaan yang terbentuk baik dikarenakan pelayanan, tampilan (symbol, slogan dan logo) yang membuat nasabah terkesan akan perusahaan.

---

<sup>1</sup> <http://www.sjdih.depkeu.go.id/fulltext/1998/10Tahun~1998UU.htm>. (diakses pada 27 februari 2017).

Survei awal yang dilakukan oleh peneliti di bank BNI KCP Universitas Negeri Jakarta. Peneliti menggunakan sistem wawancara ke mahasiswa (nasabah perbankan) menunjukkan bahwa citra di bank tersebut kurang baik dikarenakan produk perbankan yang dimiliki bank BNI cenderung sulit untuk didapatkan dikarenakan prosedur pendaftarannya yang rumit. Didukung oleh data survey digital peneliti menggunakan *google drive* menjelaskan dari 50 mahasiswa yang mengisi *form* survei awal peneliti menunjukkan bahwa citra perusahaan kurang dibalik dilihat dari faktor produk dari bank BNI tersebut.

Faktor kedua merupakan kepuasan nasabah, yaitu keadaan dimana ekspektasi nasabah sesuai dengan apa yang dialami nasabah, berdasarkan harapan – harapan nasabah tersebut tentang pelayanan, ketepatan waktu, procedural perbankan sesuai dengan apa yang dialami.

Survei awal yang dilakukan oleh peneliti di bank BNI KCP Universitas Negeri Jakarta. Peneliti menggunakan system wawancara ke mahasiswa (nasabah perbankan) menunjukkan bahwa kepuasan nasabah rendah berdasarkan pelayanan yang berbelit – belit dan pelayanan nasabah yang tidak tepat waktu. Didukung oleh data survey digital dari 50 mahasiswa yang mengisi *form* survei awal peneliti menunjukkan bahwa kepuasan nasabah kurang dibalik dilihat dari faktor ketidaktepatan waktu dari pelayanan bank BNI tersebut.

Faktor ketiga merupakan CRM (*Customer Relationship Management*), yaitu upaya perusahaan menjalin hubungan baik dengan pelanggan yang bertujuan meningkatkan nilai perusahaan dimata pelanggan.

Survei awal yang dilakukan oleh peneliti di bank BNI KCP Universitas Negeri Jakarta. Peneliti menggunakan system wawancara ke mahasiswa (nasabah perbankan) menunjukkan bahwa *call center tidak* mengarahkan *procedural* ketika kartu atm yang tertelan di mesin atm. Didukung oleh data survey digital dari 50 mahasiswa yang mengisi *form* survei awal peneliti menunjukkan bahwa *Customer Relationship Management* kurang dibaik dilihat dari faktor pelayan ketika nasabah mengalami masalah perbankan.

Faktor keempat merupakan kualitas pelayanan, yaitu cara pemenuhan kebutuhan yang dilakukan perusahaan kepada konsumen untuk membuat konsumen merasa puas ketika melakukan transaksi di perbankan.

Survei awal yang dilakukan oleh peneliti di bank BNI KCP Universitas Negeri Jakarta. Peneliti menggunakan sistem wawancara ke mahasiswa (nasabah perbankan) menunjukkan bahwa pelayanan *customer service* yang kurang ramah ketika nasabah menanyakan masalah yang berhubungan dengan transaksi perbankan. Didukung oleh data survey digital dari 50 mahasiswa yang mengisi *form* survei awal peneliti menunjukkan bahwa pelayanan kurang baik dilihat dari keramahan perangkat bank seperti halnya satpam dan *customer service* dan juga pelayanan yang dilakukan teller

yang kurang cekatan ketika menangani transaksi perbankan yang dilakukan oleh nasabah.

Faktor kelima adalah *store atmosphere* (suasana toko), yaitu suasana yang dirasakan oleh nasabah didalam bank. Suasana toko mempengaruhi nasabah dalam hal kenyamanan atau ketidaknyamanan nasabah ketika berada di dalam tempat. Semakin baik suasana toko yang diberikan oleh pihak bank akan membuat nasabah semakin betah dan diharap akan datang kembali ke bank tersebut.

Survei awal yang dilakukan oleh peneliti di bank BNI KCP Universitas Negeri Jakarta. Peneliti menggunakan sistem wawancara ke mahasiswa (nasabah perbankan) menunjukkan bahwa suasana di BNI KCP Universitas Negeri Jakarta kurang nyaman dikarenakan kondisi tempat yang sempit sehingga nasabah merasa kurang nyaman ketika antrian transaksi sedang ramai. Didukung oleh data survey digital dari 50 mahasiswa yang mengisi *form* survei awal peneliti menunjukkan bahwa kondisi ruangan yang kurang luas sehingga membatasi gerak nasabah ketika transaksi sedang ramai.

Dari uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah, citra perusahaan, kepuasan nasabah, *Customer Relationship Management*, kualitas pelayanan dan suasana perbankan.

Berdasarkan kompleksnya masalah-masalah loyalitas nasabah BNI KCP UNJ yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang loyalitas nasabah.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya maka faktor – faktor yang mempengaruhi rendahnya loyalitas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Citra perusahaan yang kurang
2. Kepuasan nasabah yang rendah
3. *Customer Relationship Management* yang kurang baik
4. Kualitas pelayanan yang kurang memadai
5. Suasana toko yang kurang nyaman

## **C. Pembatasan Masalah**

Dari berbagai masalah yang telah diidentifikasi di atas, dikarenakan ruang lingkup pembahasan yang terlalu luas dalam hal loyalitas nasabah, maka dari itu peneliti memutuskan untuk meneliti “hubungan antara kepuasan nasabah, *customer relationship management* (CRM) dan kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah bank BNI KCP Universitas Negeri Jakarta pada mahasiswa bisnis universitas negeri Jakarta”

## **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan di atas maka, masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kepuasan nasabah dengan loyalitas nasabah?
2. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *customer relationship management* (CRM) dengan loyalitas nasabah?
3. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah?

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Peneliti

Sebagai bahan pembelajaran di masa yang akan datang, yaitu penelitian ini akan menambah wawasan, serta pengetahuan peneliti mengenai hubungan antara kepuasan nasabah, *customer relationship management* (CRM) dan kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah.

2. Universitas Negeri Jakarta

Sebagai bahan bacaan ilmiah mahasiswa di masa yang akan datang, serta dapat menambah koleksi jurnal ilmiah di perpustakaan. Selain itu, hasil penelitian ini nantinya mungkin dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti lainnya mengenai hubungan antara kepuasan nasabah, *customer relationship management* (CRM) dan kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah.

3. Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik. Selain itu, dengan membaca hasil penelitian ini perusahaan akan mengetahui faktor-faktor yang dapat mendorong loyalitas.

#### 4. Pembaca

Sebagai sumber untuk menambah wawasan tentang pentingnya *Customer Relationship Management* dan kualitas pelayanan dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah.